

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*  
PADA *BRAND IMAGE* DAN *PURCHASE INTENTION* TERHADAP  
PRODUK SEPATU NIKE  
(STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA BANDUNG)**

**PROPOSAL SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**RIZKI FIRDAUS**

**1401164854**



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG**

**2019**